

# PROMOSI KESEHATAN MELALUI MEDIA VIDEO DALAM MENGUBAH PENGETAHUAN DAN SIKAP WANITA USIA SUBUR TENTANG *INSPEKSI VISUAL ASAM ASETAT TEST*

Sophia<sup>1\*</sup>, Lina Haryani<sup>2</sup>, Ranti Widayanti<sup>3</sup>, Tuti Lastiari<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Ilmu dan Teknologi Kesehatan Universitas Jenderal Achmad Yani, Jalan Terusan Jenderal Sudirman, Kota Cimahi 40533, Indonesia

## INFORMASI ARTIKEL:

### Riwayat Artikel:

Tanggal diterima

Tanggal di revisi

Tanggal di Publikasi

*Kata kunci:* [Terdiri dari 4-6 kata kunci](#)

Promosi Kesehatan

Video

Pengetahuan

Sikap

*IVA Test*

## A B S T R A K

Kanker serviks menjadi salah satu penyebab kematian pada wanita. Di Indonesia, total kasus kanker tahun 2020 mencapai 396.914 kasus dengan total kematian sebesar 59%. Penanggulangan kanker serviks dimulai dari pencegahan primer, salah satunya dengan promosi kesehatan untuk meningkatkan pengetahuan. Pengetahuan yang meningkat akan menimbulkan sikap yang positif. Penggunaan media video dapat menambah daya tarik, serta dapat mempermudah pemahaman. Tujuan penelitian untuk menganalisis promosi kesehatan melalui media video dalam mengubah pengetahuan dan sikap Wanita Usia Subur (WUS) tentang *IVA Test*. Metode penelitian yang digunakan adalah *quasi experiment* dengan rancangan *one group pretest posttest design*. Penelitian dilaksanakan pada Bulan Juli-Agustus 2022 pada 25 WUS yang berada di Wilayah Kerja Puskesmas Melong Tengah Kota Cimahi yang diambil dengan teknik *Purposive sampling*. Pengumpulan data pengetahuan dan sikap menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat dengan uji *wilcoxon* dan *paired t-test*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perubahan yang signifikan pada pengetahuan menjadi lebih baik dan lebih positif pada sikap sebelum dan sesudah diberikan promosi kesehatan melalui media video (*P Value*=0.000). Disarankan Bidan dapat memberikan promosi kesehatan yang lebih variatif dengan memaksimalkan fungsi pancaindera melalui media video sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan sikap tentang *IVA Test*.

Cervical cancer is one of the causes of death in women. In Indonesia, the total number of cancer cases in 2020 reached 396,914 cases with a total death rate of 59%. Prevention of cervical cancer starts with primary prevention, one of which is health promotion to increase knowledge. Increased knowledge will lead to a positive attitude. The use of video media can add to the appeal, and can facilitate understanding. The research objective was to analyze health promotion through video media in changing the knowledge and attitudes of Women of Reproductive Age (WUS) about the *IVA Test*. The research method used was a quasi experiment with a one group pretest posttest design. The research was conducted in July-August 2022 in 25 WUS in the Working Area of the Central Melong Health Center, Cimahi City, which were taken using a purposive sampling technique. Collection of data on knowledge and attitudes using a questionnaire. Data analysis was performed univariately and bivariately with the Wilcoxon test and paired t-test. The results showed that there was a significant change in knowledge for the better and more positive attitudes before and after being given health promotion through video media (*pvalue* = 0.000). It is suggested that midwives can provide a more varied health promotion by maximizing the function of the five senses through video media as an effort to increase knowledge and attitudes about the *IVA Test*.

## PENDAHULUAN

Kanker serviks menduduki urutan ke-8 dengan *incidence rate* 16 per 100.000 perempuan, dengan kasus baru sebanyak 15,6% dan kematian 8,8%. Di Indonesia, total kasus kanker tahun 2020 mencapai 396.914 kasus dengan total kematian sebesar 59%. Kanker serviks menempati urutan kedua dengan jumlah kasus 36.633 kasus atau 9,2% dari total kasus kanker (WHO, 2020).

Pengenalan penyakit kanker menjadi penting untuk menurunkan kasus baru kanker. Kanker yang diketahui sejak dini memiliki kemungkinan untuk mendapatkan penanganan lebih baik. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengenali gejala dan risiko penyakit kanker sehingga dapat menentukan langkah-langkah pencegahan dan deteksi dini yang tepat (Kemenkes RI, 2021). WHO menetapkan skrining kanker serviks dilakukan setidaknya sekali untuk setiap wanita usia 30-50 tahun. Tes *Human Papilloma Virus* (HPV) DNA, pemeriksaan sitologi *papsmear* dan *Inspeksi Visual Asam Asetat (IVA) Test* adalah tes skrining yang direkomendasikan (WHO, 2018).

*IVA Test* adalah salah satu metode untuk melakukan deteksi dini kanker serviks yang dapat dilakukan bidan dengan tujuan menemukan lesi prakanker. Pemeriksaan dilakukan dengan cara mengamati menggunakan spekulum, melihat leher rahim yang telah dipulas dengan asam asetat/asam cuka 3-5% dan memiliki keakuratan 96%. Lesi prakanker akan menampilkan warna bercak putih yang disebut *acetowhite epithelium* (Kemenkes RI, 2019).

Di Indonesia, Deteksi dini kanker serviks dilakukan pada kelompok perempuan usia 30-50 tahun yang sudah menikah dengan target 80% sampai tahun 2019 (Kementerian Kesehatan RI, 2015). Secara nasional, pada tahun 2018-2020 hanya 8,3% perempuan usia 30-50 tahun yang menjalani deteksi dini kanker leher rahim melalui *IVA Test* (Kementerian Kesehatan RI, 2020).

Deteksi kanker Leher Rahim dengan *IVA Test* di Jawa Barat sendiri, dilaporkan hanya 1,39% atau 83.136 orang pada tahun 2020, dari sasaran perempuan usia 30-50 tahun sebanyak 5.992.545 orang. Hasil pemeriksaan ini didapatkan hasil positif sebanyak 790 orang (0,95%) dan curiga kanker sebanyak 333 orang (0,40%) (Dinas Kesehatan Jawa Barat, 2021).

Pemeriksaan deteksi kanker serviks di seluruh puskesmas di Kota Cimahi tahun 2020 pada perempuan kelompok umur 30-50 tahun, diperoleh bahwa 100.408 perempuan usia 30-50 tahun yang diperiksa melalui metode IVA sebanyak 5.532 (5,5%), ditemukan sebanyak 5 orang (0,09%) dengan IVA positif, sebanyak 1 orang (0,02%) dicurigai kanker (Dinas Kesehatan Kota Cimahi, 2021). Data-data di atas menunjukkan masih sedikitnya pemeriksaan apabila dibandingkan dengan target pemerintah hingga 80%.

Penanggulangan kanker serviks dimulai dari pencegahan primer dengan promosi kesehatan dalam penyampaian informasi tentang kanker serviks, pencegahan sekunder dengan deteksi dini, dan pengobatan segera (Kemenkes RI, 2019). Informasi kanker serviks sangat diperlukan oleh WUS untuk melaksanakan deteksi dini. Salah satu media promosi adalah melalui media audio visual berupa video. Video merupakan salah satu media yang menggunakan pesan audiovisual bergerak yang bertujuan agar penonton tidak bosan, sehingga melalui media video penyampaian informasi tidak monoton dan dapat diterima dengan baik (Budiyanto, 2016).

Promosi kesehatan menggunakan media audiovisual dapat meningkatkan pengetahuan dan partisipasi wanita dalam *IVA Test*, selain itu dapat memberikan stimulus pada pendengaran dan penglihatan sehingga hasil yang diperoleh maksimal (Silalahi, Hakimi and Lismidiati, 2018).

Media audiovisual merupakan sumber informasi atau pengetahuan yang dapat ditangkap lebih dari 75-87% informasi melalui indera pandang, 13% melalui indera pendengaran, dan 12% lainnya tersebar melalui indera yang lain (Wirawan, Abdi and Sulendri, 2014).

Pengetahuan menjadi salah satu faktor minat untuk melakukan deteksi dini kanker serviks. Pengetahuan tentang kanker serviks dan penerapan pengetahuan mengiringi keberanian, keyakinan, dan kebijaksanaan tentang kapan dan bagaimana berperilaku untuk melawan masalah kanker serviks (Wulandari, 2019).

Puskesmas Melong Tengah adalah salah satu puskesmas yang berada di Kota Cimahi dengan hasil cakupan pelayanan deteksi dini kanker serviks yang masih sangat rendah dari target seharusnya 80%. Cakupan pelayanan *IVA Test* yang dilaporkan pada tahun 2020, diperoleh dari 5035 sasaran perempuan kelompok umur 30-50 tahun, hanya 1,48% atau 75 perempuan, tahun 2021 tidak begitu signifikan peningkatannya, hanya 86 perempuan (1,70%) (Puskesmas Melong Tengah, 2021).

\* Korespondensi penulis.

Berdasarkan survey pendahuluan pada 20 responden WUS usia 30-50 tahun yang sudah menikah di Poli KIA Puskesmas Melong Tengah pada bulan Maret 2022, diperoleh 18 responden belum mengetahui tentang *IVA Test* dan belum pernah melakukan pemeriksaan dengan alasan tidak tahu, malu dan takut dengan hasil pemeriksaan.

Puskesmas Melong Tengah selama ini telah melakukan upaya promosi kesehatan tentang kanker serviks dan *IVA Test* menggunakan media lembar balik, tetapi hasilnya masih belum optimal jika dilihat dari jumlah pemeriksaan IVA. Oleh karena itu, diperlukan inovasi penggunaan media promosi kesehatan lainnya yang lebih efektif agar dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran tentang pentingnya melakukan IVA Test bagi WUS yang sudah menikah/melakukan hubungan seksual. Berdasarkan adanya permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Promosi Kesehatan Melalui Media Video dalam mengubah Pengetahuan dan Sikap WUS tentang *IVA Test*.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode *quasi experimental experiment* dengan rancangan *one group pretest posttest design*. Populasi dalam penelitian adalah WUS yang berusia antara 30-50 tahun di Wilayah Kerja Puskesmas Melong Tengah tahun 2022 dengan besaran sampel sebanyak 25 responden, menggunakan Rumus Slovin yang diambil dengan Teknik *Purposive Sampling*. Pengumpulan data pengetahuan dan sikap dilakukan dengan pengisian kuesioner oleh responden sebelum dan sesudah mendapatkan promosi kesehatan dengan media video. Pembuatan video dilakukan oleh peneliti dengan 3 tahap yaitu tahap pembuatan konsep, tahap pembuatan produk, tahap uji coba dengan rekomendasi ahli. Penelitian dilakukan di Wilayah Kerja Puskesmas Melong Tengah Kota Cimahi pada bulan Juli-Agustus 2022. Analisis dilakukan secara univariat dan bivariat dengan uji *wilcoxon* dan *paired t-test*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian tentang Promosi Kesehatan Melalui Media Video dalam mengubah Pengetahuan dan Sikap WUS tentang *IVA Test* pada bulan Juli-Agustus 2022 dengan besar sampel 25 responden didapatkan hasil sebagai berikut:

### HASIL

#### Analisis Univariat

**Tabel 1**  
**Distribusi Frekuensi Pengetahuan WUS Sebelum dan Sesudah Diberikan Promosi Kesehatan Melalui Media Video**

Promosi Kesehatan	Pengetahuan	F	%
Sebelum	Baik	14	56
	Cukup	7	28
	Kurang	4	16
Sesudah	Baik	25	100

Berdasarkan Tabel 1., dari 25 responden sebelum diberikan intervensi, sebagian besar memiliki pengetahuan yang baik yaitu sebanyak 14 orang (56%), dan sesudah diberikan intervensi seluruh responden memiliki pengetahuan yang baik.

**Tabel 2**  
**Distribusi Frekuensi Sikap WUS Sebelum dan Sesudah Diberikan Promosi Kesehatan Melalui Media Video**

Promosi Kesehatan	Sikap	F	%
Sebelum	Positif	11	44
	Negatif	14	56
Sesudah	Positif	18	72
	Negatif	7	28

Berdasarkan Tabel 2., dari 25 responden sikap sebelum diberikan intervensi yaitu sebanyak 11 orang (44%) memiliki sikap yang positif. Sedangkan sikap sesudah diberikan intervensi meningkat menjadi 18 orang (72%) memiliki sikap yang positif.

#### Analisis Bivariat

**Tabel 3**  
**Promosi Kesehatan Melalui Media Video Mengubah Pengetahuan WUS tentang *IVA Test***

Promosi Kesehatan	N	Mean	P Value
Sebelum	25	14	0.000
Sesudah	25	19.04	

Tabel 3. menunjukkan rata-rata skor pengetahuan sebelum intervensi adalah 14, dan sesudah intervensi adalah 19,4. Hasil uji statistik didapatkan nilai *P Value*=0.000, yang berarti ada

perbedaan yang signifikan antara pengetahuan sebelum dan sesudah intervensi. Hal tersebut berarti perubahan pengetahuan menjadi lebih baik pada WUS tentang IVA Test.

**Tabel 4**  
**Promosi Kesehatan Melalui Media Video Mengubah Sikap WUS tentang IVA Test**

Promosi Kesehatan	N	Mean	SD	SE	P Value
Sebelum	25	43.76	3.33	0.66	0.000
Sesudah	25	50.6	4.81	0.96	

Berdasarkan Tabel 4., didapatkan bahwa rata-rata skor sikap sebelum intervensi adalah 43,76, dan sesudah intervensi adalah 50,6. Hasil uji statistik didapatkan nilai  $p$ value=0.000, yang berarti ada perbedaan yang signifikan antara sikap sebelum dan sesudah intervensi, dimana perubahan sikap lebih positif pada WUS tentang IVA test.

## PEMBAHASAN

### Gambaran Pengetahuan dan Sikap WUS Tentang IVA Test

Gambaran pengetahuan dan sikap tentang IVA Test pada WUS tergambar pada tabel 1 dan 2. Hasil penelitian menunjukkan sebelum diberikan intervensi, 56% responden memiliki pengetahuan yang baik, dan sesudah diberikan intervensi seluruh responden memiliki pengetahuan yang baik. Variabel sikap ditunjukkan dengan 44% responden memiliki sikap yang positif sebelum diberikan intervensi, sedangkan sesudah intervensi meningkat menjadi 72%.

Perubahan pengetahuan dan sikap didukung dengan karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu dari 25 WUS, 72% responden berusia 30-40 tahun, 88% memiliki anak 1-3 orang, 48% memiliki pendidikan terakhir SMP, dan seluruhnya merupakan IRT.

Pengetahuan adalah hasil tahu dari manusia atas penggabungan atau kerjasama antara suatu subyek yang mengetahui dan objek yang diketahui. Pengetahuan adalah suatu hasil dari rasa keingintahuan melalui proses sensoris, terutama pada mata dan telinga terhadap objek tertentu (Yuliana, 2017).

Pengetahuan salah satunya dipengaruhi Usia terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Pertambahan usia akan semakin mengembangkan pola pikir dan daya tangkap seseorang sehingga pengetahuan yang diperoleh akan semakin banyak (Yuliana, 2017). Hal tersebut didukung dengan 72% responden berusia 30-40 tahun.

Pendidikan memengaruhi proses dalam belajar, semakin tinggi pendidikan seseorang, maka semakin mudah seseorang tersebut untuk menerima sebuah informasi. Peningkatan pengetahuan tidak hanya diperoleh di pendidikan formal, akan tetapi dapat diperoleh pada pendidikan non formal. Pengetahuan seseorang terhadap suatu objek mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif. Kedua aspek ini menentukan sikap seseorang terhadap objek tertentu. Semakin banyak aspek positif dari objek yang diketahui akan menumbuhkan sikap (Yuliana, 2017).

### Promosi Kesehatan Melalui Media Video Merubah Pengetahuan Pada WUS Tentang IVA Test

Rata-rata skor pengetahuan sebelum intervensi adalah 14, dan sesudah intervensi adalah 19,4. Hasil uji statistik didapatkan nilai  $P$  Value=0.000, yang berarti ada perbedaan yang signifikan antara pengetahuan sebelum dan sesudah intervensi. Hal tersebut berarti perubahan pengetahuan menjadi lebih baik pada WUS tentang IVA Test.

Promosi kesehatan adalah upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat melalui pembelajaran dari, oleh, untuk, dan bersama masyarakat, agar dapat menolong diri sendiri dan mengembangkan kegiatan yang bersumber daya masyarakat sesuai sosial budaya setempat dan didukung kebijakan publik yang berwawasan kesehatan. Secara umum, Tujuan promosi kesehatan adalah mengubah perilaku individu/masyarakat di bidang kesehatan. Perubahan perilaku tentu saja diawali dari perubahan pengetahuan dan sikap dengan menggunakan media (Kholid, Ahmad, 2012).

Media merupakan sesuatu yang bersifat meyakinkan pesan dan dapat merangsang pikiran, perasaan, dan kemauan, sehingga dapat mendorong terjadinya proses pembelajaran untuk mencapai tujuan pembelajaran. Media adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator (Arsyad, Azhar, 2019).

Video merupakan media edukasi yang materi dan penyerapannya melalui pandangan dan pendengaran sehingga membangun kondisi yang dapat membuat sasaran mampu memperoleh pengetahuan dan keterampilan (Saputra, 2016).

Media audiovisual merupakan sumber informasi atau pengetahuan yang dapat ditangkap menggunakan indera pandang kurang lebih 75-87%, 13% melalui indera pendengaran, dan 12% lainnya tersebar melalui indera yang lain. Semakin banyak

indera yang digunakan, penyampaian pesan Pendidikan kesehatan akan semakin mudah dimengerti. Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa alat-alat visual lebih mempermudah cara penyampaian dan penerimaan informasi kesehatan (Wirawan, Abdi and Sulendri, 2014).

Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian Lubis di Kampung Darek Kecamatan Padang Sidempuan Selatan, diperoleh hasil adanya peningkatan pengetahuan dan partisipasi WUS untuk mendeteksi dini kanker serviks dengan pendidikan kesehatan melalui media video (Lubis and Tanjung, 2021).

### **Promosi Kesehatan Melalui Media Video Merubah Sikap Pada WUS Tentang IVA Test**

Rerata Skor sikap sebelum intervensi adalah 43,76, dan sesudah intervensi adalah 50,6. Hasil uji statistik didapatkan nilai  $P$  Value=0.000, yang berarti ada perbedaan yang signifikan antara sikap sebelum dan sesudah intervensi, dimana perubahan sikap lebih positif pada WUS tentang IVA test.

Sikap merupakan konsep yang sangat penting dalam komponen sosio psikologis, karena merupakan kecenderungan bertindak dan berpersepsi. Media elektronik sangat besar pengaruhnya terhadap pembentukan opini dan kepercayaan seseorang, dimana pemberian informasi mengenai sesuatu akan memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap (Azwar, 2011).

Hasil Penelitian sejalan dengan yang dilakukan oleh Mulyati, diperoleh adanya peningkatan sikap ibu dalam pemeriksaan deteksi dini kanker serviks melalui media video (Mulyati, 2015). Penelitian lain oleh Fridayanti, menyimpulkan adanya peningkatan perilaku responden terhadap deteksi dini kanker serviks melalui metode IVA (Fridayanti and Agustina, 2018).

Pengaruh dari pendidikan kesehatan melalui media audio visual terhadap perubahan sikap seseorang. Media audio visual merupakan media yang efektif untuk meningkatkan sikap positif seseorang (Rima Wati, Ega, 2016).

### **KESIMPULAN**

Terdapat perubahan peningkatan pengetahuan dan sikap yang positif tentang IVA Test pada WUS setelah diberikan promosi kesehatan melalui media video.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Arsyad, Azhar (2019) *Media Pembelajaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.

Azwar (2011) *Sikap manusia:Teori dan Pengukuran*. Jakarta: Pustaka Pelajar.

Budiyanto (2016) *Efektivitas Pemanfaatan Media Leaflet dalam Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Mencuci Tangan dengan Sabun*. Malang: Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan.

Dinas Kesehatan Jawa Barat (2021) *Profil Kesehatan Jawa Barat tahun 2020*.

Dinas Kesehatan Kota Cimahi (2021) *Profil kesehatan Kota Cimahi Tahun 2020*.

Fridayanti, W. and Agustina, E.E. (2018) 'Efektivitas Promosi Kesehatan Terhadap Perilaku IVA Test Pada Wanita Di Wilayah Puskesmas Sukoharjo 1 Tahun 2016'.

Kemenkes RI (2019) *Buku Acuan dan Modul Pelatihan Deteksi Dini Kanker Leher Rahim dan Payudara di Indonesia*. 2019th edn.

Kemenkes RI (2021) *Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2020*.

Kementerian Kesehatan RI (2015) *Cervical Cancer Estimated Incidence, Mortality and Prevalence Worldwide 2012*. Available at: <http://globocan.iarc.fr/old/FactSheets/cancers/cervix-new.asp>.

Kementerian Kesehatan RI (2020) *Profil Kesehatan Indonesia tahun 2019*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.

Kholid, Ahmad (2012) *Promosi Kesehatan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Lubis, A.U. and Tanjung, W.W. (2021) 'Pengaruh Media Leaflet dan Film Terhadap Pengetahuan Tentang Kanker Serviks dan Partisipasi Wanita Dalam Deteksi Dini kanker Serviks Di kampung Darek Kecamatan Padangsidempuan Selatan', *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia / Indonesian Health Scientific Journal*, 6(1), pp. 7–13. Available at: <https://doi.org/10.51933/health.v6i1.393>.

Mulyati (2015) 'Pengaruh Media Film terhadap Sikap Ibu pada Deteksi Dini Kanker Serviks', 11(1), pp. 16–24.

Puskesmas Melong Tengah (2021) *Laporan Tahunan Puskesmas Melong Tengah*.

Rima Wati, Ega (2016) *Ragam Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Kata pena.

Saputra (2016) *Pengaruh Pemberian Edukasi Gizi Melalui Media Video dan Leaflet Terhadap Perubahan Konsumsi Buah dan Sayur pada Siswa SMP Al Chasanah Tahun 2016*. Program Studi Ilmu Gizi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Esa Unggul.

Silalahi, V., Hakimi, M. and Lismidiati, W. (2018) 'Efektivitas Audiovisual dan Booklet sebagai Media Edukasi untuk Meningkatkan Perilaku Skrining IVA', *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 14(3), p. 304. Available at: <https://doi.org/10.30597/mkmi.v14i3.4494>.

WHO (2018) *Cervical cancer*. Available at: <https://www.who.int/health-topics/cervical-cancer> (Accessed: 21 December 2022).

WHO (2020) *International Agency for Research on Cancer, Global Cancer Observatory of Breast Cancer 2020*.

Wirawan, S., Abdi, L.K. and Sulendri, N.K.S. (2014) 'PENYULUHAN DENGAN MEDIA AUDIO VISUAL DAN KONVENSIONAL TERHADAP PENGETAHUAN IBU ANAK BALITA', *KEMAS: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 10(1), pp. 80–87. Available at: <https://doi.org/10.15294/kemas.v10i1.3073>.

Wulandari, S. (2019) 'Hubungan Pengetahuan Wanita Usia Subur Tentang Kanker Serviks Dengan Keikutsertaan Dalam Melakukan IVA Test Di Puskesmas Tambusai Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2018', *Jurnal Martenity and Neonatal*, 7(1), pp. 327–340.

Yuliana (2017) *Analisis Pengetahuan Siswa Tentang Makanan yang Sehat dan Bergizi Terhadap Pemilihan Jajanan di Sekolah*. Universitas Muhammdiyah.

